

**MOTIF IBU RUMAH TANGGA SURABAYA DALAM MENONTON ACARA
TALK SHOW "ISLAM ITU INDAH" DI TRANS TV
(Studi Deskriptif Motif Ibu Rumah Tangga Surabaya Dalam Menonton Acara
Talk Show Islam Itu Indah di Trans TV)**

Proposal



Oleh :

RR. HANDINING MELATI HARUMSARI

NPM. 0743010225

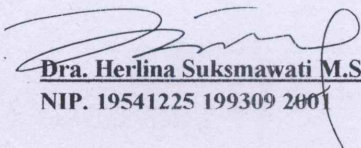
**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL " VETERAN " JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2012**

**MOTIF IBU RUMAH TANGGA SURABAYA DALAM MENONTON ACARA
TALK SHOW “ISLAM ITU INDAH” DI TRANS TV**

**Disusun Oleh :
Rr. HANDINING MELATI HARUMSARI
0743010225**

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 14 Juni 2012**

PEMBIMBING

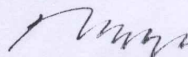

Dra. Herlina Suksmawati M.Si
NIP. 19541225 199309 2001

TIM PENGUJI :

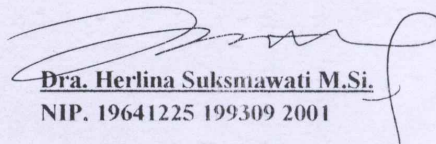
1. Ketua


Ir H. Dididek Tranggono M.Si.
NIP. 19581225 199001 1001

2. Sekertaris


Dra. Sumardijati M.Si.
NIP. 19620323 199309 2001

3. Anggota


Dra. Herlina Suksmawati M.Si.
NIP. 19641225 199309 2001

**Mengetahui,
DEKAN**


Dra. Ec. Hj. Suparwati M.Si.
NIP. 1955071819 8302.2001


**MOTIF IBU RUMAH TANGGA SURABAYA DALAM MENONTON
ACARA TALK SHOW “ISLAM ITU INDAH” DI TRANS TV.**

**(Studi Deskriptif Motif Ibu Rumah Tangga Surabaya Dalam Menonton
Acara Talk Show “Islam Itu Indah” di Trans TV)**

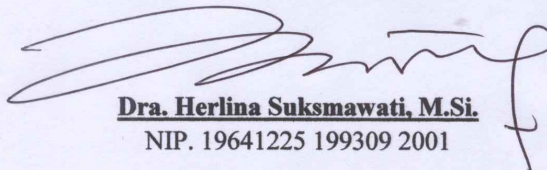
Disusun Oleh :

Rr. HANDINING MELATI HARUMSARI

0743010225

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Pembimbing Utama


Dra. Herlina Suksmawati, M.Si.
NIP. 19641225 199309 2001

Mengetahui

Dekan


Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si.
NIP. 19550718 198302 2001

ABSTRAKSI

RR.Handining Melati Harumsari , Motif Ibu Rumah Tangga Surabaya Dalam Menonton Program Acara Talk Show “Islam Itu Indah” di Trans TV (Studi deskriptif tentang motif ibu rumah tangga Surabaya dalam menonton program acara talk show “Islam Itu Indah” di Trans TV)

Semakin kompleksnya kebutuhan individu membuat mereka aktif dalam memilih media mana yang akan digunakan. Mereka akan memilih media yang dapat memenuhi kebutuhannya. Program acara talk show “Islam Itu Indah” di Trans TV merupakan talk show rohani bagi umat Islam. Susunan acara dalam talk show yang tayang setiap selepas subuh ini adalah pemberian tausiyah dari nara sumber utama, menghadirkan nara sumber tamu untuk berbagi pengalaman hidup, sesi interaktif baik dengan pemirsa distudio maupun dirumah, kesimpulan dan ditutup dengan doa’.

Dalam penelitian ini teorii yang digunakan adalah teori uses & gratifications karena pada dasarnya setiap manusia memiliki kebutuhan dasar dan hal itu membuat mereka secara aktif memilih media massa untuk memenuhi kebutuhannya. Termasuk ketika pemirsa memilih program acara talk show “Islam Itu Indah” di Trans TV untuk memenuhi kebutuhan rohaniannya. Kebutuhan tersebut adalah kebutuhan informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, dan kebutuhan untuk melepaskan diri dari ketegangan (hiburan).

Penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah cluster random sampling, yang dapat dilakukan melalui 3 tahap. Tahap pertama, dilakukan pengundian secara acak (random) terhadap wilayah penelitian di kota Surabaya. Kedua, dilakukan pengundian secara acak pada wilayah kecamatan dan terakhir dilakukan pengundian secara acak pada tingkat kelurahan. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari keseluruhan Pemirsa/Ibu rumah tangga yang bertempat tinggal di kota Surabaya dan memiliki pekerjaan diluar rumah atau karir

Setelah dilakukan pengolahan data, maka dapat disimpulkan bahwa motif yang mendorong ibu rumah tangga dalam menonton talk show “Islam Itu Indah” di Trans TV adalah motif identitas personal, informasi, dan integrasi dan interaksi sosial. Namun motif tertinggi adalah motif identitas personal. Sedangkan pada motif hiburan tergolong rendah, karena untuk kebutuhan hiburan ibu rumah tangga memilih menonton acara komedi, sinetron dan infotainment.

Kata kunci : Motif, Ibu rumah tangga, acara talk show “Islam Itu Indah” di Trans TV

ABSTRAC

RR.Handining Melati Harumsari , Motive Housewife Surabaya in watching Talk Show Program “Islam is Beautiful” on Trans TV (Descriptive Study of Motive Housewife Surabaya in Watching Talk Show Program “Islam is Beautiful” on Trans TV)

The more complex needs of the individual making them active in selecting which media will be used. They will choose the media that can meet their needs. Talk show Program “Islam itu Indah” on Trans TV is a spiritual talk show for Muslims. The arrangement of the event in a talk show broadcast every after dawn this is the awarding of the Islamic Center, main resource a resource person to present the guests to share life experiences, interactive sessions well with viewers at home, as well as the conclusions distudio and concludes with a prayer.

In this research teorii used is the theory uses & gratifications because basically every human being has a basic need and it makes them actively choose the mass media to meet his needs. Including when viewers chose the talk show program “Islam Itu Indah” on Trans TV to meet the needs of spiritual. Those needs are information needs, personal identity, integration and social interaction, and the need to escape the tension (entertainment).

Withdrawal of samples that are used in this research is the cluster random sampling, which can be done through the 3 stages. The first phase, conducted the draw randomly (random) towards research areas in the city of Surabaya. Second, do the draw randomly in the subdistrict and last made the draw randomly at the level of the village. The sample in this study is part of the overall Viewership/housewife who resides in the city of Surabaya and have jobs outside the home or career.

After processing the data, then it can be inferred that the motives that drove housewives in watching talk show “Islam Is Beautiful” on Trans TV is personal identity motives, and integration of information and social interaction. However the highest motive is identity personal motives. While the motive entertainment is low, due to the entertainment needs of housewives prefer to watch the show comedy, sitcoms and infotainment.

Keyword : The motive , a housewife , the event of the talk show of “Islam is Beautiful” on Trans TV

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas segala rahmat dan ridhonya, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “MOTIF IBU RUMAH TANGGA SURABAYA DALAM MENONTON ACARA TALK SHOW “Islam Itu Indah” DI TRANS TV (Studi Deskriptif Motif Ibu Rumah Tangga Surabaya Dalam Menonton Acara Talk Show “Islam Itu Indah” di Trans TV). Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki, baik dalam penyajian material maupun dalam pengungkapan bahasanya.

Disadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari segala bimbingan, bantuan, dan dorongan dari Ibu Dra. Herlina Suksmawati, M.Si yang telah banyak memberikan pengarahan dan dorongan yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati ingin menyatakan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, MSi Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Juwito, S. Sos, MSi. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

3. Ibu Dra. Herlina Suksmawati, M.Si. Sebagai dosen Pembimbing dalam skripsi ini.
4. Orang tua dan keluarga tercinta.
5. Teman-teman angkatan 2007, terima kasih atas bantuannya
6. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang secara langsung telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surabaya, Juni 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI	xiv
Bab I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
Bab II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Media komunikasi Massa	13
2.1.2 Televisi	15
2.1.3 Pengaruh Televisi Terhadap Sistem Komunikasi	16
2.1.4 Teori Kebutuhan	17
2.1.5 Definisi dan Deskripsi Motif	18
2.1.6 Masyarakat Sebagai Khalayak	20
2.1.7 Program Talk Show	22

2.1.8 Acara Talk Show islam Itu Indah	22
2.1.9 Teori Uses dan Gratification	24
2.2 Kerangka berpikir	27
Bab III METODE PENELITIAN	30
3.1 Definisi Operasional	30
3.1.1. Motif	31
3.1.2. Masyarakat Sebagai Khalayak.....	36
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik penarikan Sampel	37
3.2.1. Populasi	37
3.2.2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4 Teknik Analisis Data	44
Bab IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1. Gambaran Umum Ibu Rumah Tangga Surabaya	45
4.1.2. Gambaran Umum Program Talk Show “Islam Itu Indah” di Trans TV	46
4.2 Penyajian Data dan Analisa	48
4.2.1 Identitas Responden	48
4.2.2 Menonton Program Acara Talk Show ‘Islam Itu Indah” di Trans TV	50
4.2.3 Motif Ibu rumah Tangga Dalam Menonton Program Acara ‘Islam Itu Indah” di Trans TV	51
4.2.3.1 Motif Informasi	52

4.2.3.2 Motif Identitas Personal	62
4.2.3.3 Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	69
4.2.3.4 Motif Hiburan	76
4.2.4 Kategorisasi Motif Secara Umum	80
4.3 Perbandingan Motif Secara keseluruhan	86
Bab V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam menjalani kehidupannya sehari-hari manusia tentunya tidak bisa lepas dari kegiatannya untuk bersosialisasi dengan orang lain dan untuk bersosialisasi itulah manusia memerlukan komunikasi sehingga akhirnya timbul interaksi dalam kehidupan manusia. Hal ini sesuai dengan pernyataan Soekanto bahwa suatu interaksi tidak mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat, yaitu adanya kontak sosial dan komunikasi (Soekanto, 1990 : 71), maka ketika seseorang melakukan suatu proses komunikasi dengan orang lain dibutuhkan suatu kesamaan makna sehingga diharapkan agar proses komunikasi yang sedang terjadi dapat berlangsung efektif dan akan terjadi suatu kepuasan diantara keduanya dan dikemudian hari tidak akan ragu-ragu lagi dalam mengulangi proses komunikasi.

Masyarakat dalam kehidupannya membutuhkan informasi untuk memenuhi segala kebutuhan yang semakin beragam. Informasi selalu berkembang seiring dengan perubahan jaman. Dapat dikatakan masyarakat tidak hanya butuh melainkan masyarakat sangat dituntut untuk mengetahui informasi – informasi yang selalu berkembang. Dalam penyampaian informasi tidak lepas dari proses komunikasi dimana dalam proses komunikasi selalu membutuhkan sarana atau media dalam menyampaikan informasinya, baik melalui media massa atau melalui media komunikasi interpersonal. Agar informasi dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan media yang digunakan juga harus tepat.

Komunikasi dapat dilakukan secara langsung dan dapat pula dilakukan secara tidak langsung, yaitu dengan menggunakan media massa. Media massa tersebut adalah pers, radio, televisi, film, dan lain – lain. Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian yakni pers dalam pengertian luas dan pers dalam pengertian sempit. Pers dalam pengertian luas meliputi segala penerbitan bahkan termasuk media massa elektronik, radio, siaran, dan televisi siaran. Sedangkan pers dalam pengertian sempit hanya terbatas pada media massa cetak yakni, surat kabar, majalah, tabloid, dan buletin kantor berita. (Effendy, 1993 : 145)

Seiring dengan perkembangannya ilmu pengetahuan dan teknologi, dalam memperoleh informasi tidak hanya komunikasi secara langsung (tatap muka), tetapi juga dapat melalui media massa untuk membantu komunikator berhubungan dengan khalayaknya. Media massa dapat menjadi jembatan untuk menghubungkan komunikator dengan komunikan yang melintasi jarak, waktu, bahkan pelapisan sosial dalam suatu masyarakat. Media massa mempunyai pengaruh besar dalam pembentukan respon dan kepercayaan masyarakat. Dalam penyampaian informasi sebagai tugas pokok media massa membawa pula pesan – pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan respon seseorang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal yang dapat memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut.

Kehadiran media massa merupakan gejala awal yang menandai kehidupan masyarakat modern sekarang ini. Hal ini dapat dilihat melalui meningkatnya tingkat konsumsi masyarakat terhadap berbagai bentuk media massa dan bermunculan media

baru yang menawarkan banyak pilihan pada khalayaknya, yang pada akhirnya akan menimbulkan ketergantungan masyarakat pada media elektronik tersebut.

Media televisi sudah menjadi kebutuhan masyarakat untuk mengetahui perubahan serta peristiwa yang terjadi di belahan dunia lain mulai dari film, berita, hingga kemajuan teknologi yang tengah berlangsung. Dibandingkan dengan media massa yang lain televisilah yang paling efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan selain mengeluarkan suara, televisi juga menampilkan gambar, sehingga informasi yang disampaikan akan lebih mudah dimengerti. Pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak lepas dari pengaruh terhadap aspek – aspek kehidupan pada umumnya. Televisi disini menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat yang sudah terlanjur mengetahui dan merasakannya, baik pengaruh yang positif ataupun pengaruh yang negatif. (Effendy, 1996:122)

Selain itu televisi juga memiliki kelebihan dan kekuatan tersendiri. Kelebihan dari media televisi adalah paket acaranya yang mampu membuka wawasan berpikir pemirsa untuk menerima dan mengetahui kejadian yang berada di lingkungan masyarakat. (Kuswandi, 1996 : 94) Sedangkan kekuatan dari media televisi adalah menguasai jarak dan ruang, dapat menjangkau massa dalam jumlah besar, nilai aktualitas yang cepat, daya rangsang pemirsanya yang cukup tinggi, serta menyampaikan informasi dengan lebih singkat, jelas, dan sistematis. Mengingat kemampuan televisi dalam menguasai jarak secara geografis dan sosiografis. (Kuswandi, 1996), maka televisi dapat memberikan pengaruh yang lebih besar pada khalayak dibanding dengan radio dan surat kabar.

Setiap individu memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka, hal ini sekaligus menentang gagasan audience pasif dan bergantung pada sejumlah asumsi. Satu diantaranya adalah bahwa anggota audience secara individual, dalam ukuran tertentu,. Memilih secara sadar dan termotivasi diantara berbagai pokok isi. Ada berbagai versi pendekatan yang berbeda dan berbagai rumusan teori yang mendasarinya. (McQuail dan Gurevitch, 1991 : 216)

Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini media menempatkan diri sebagai sarana yang dapat memenuhi kebutuhan khalayak, tak terkecuali media televisi. Hal ini tidak lepas dari semakin kompleksnya kebutuhan manusia yang menginginkan pemenuhan secara instan. Kondisi tersebut di manfaatkan banyak industry televise di negeri ini untuk saling bersaing menyuguhkan tayangan yang dapat memenuhi hasrat khalayak sebagai pemirsa televise.

Semakin meningkatnya jumlah stasiun televise swasta yang mengudara saat ini merupakan salah satu bukti dari ketergantungan khalayak akan keberadaan media. Misalnya stasiun televise swasta TransTv yang berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhan khalayak dengan program acara yang variatif. Dari beberapa program acara yang ditawarkan oleh TransTv pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan stasiun televise swasta lainnya. Misalnya program siaran berita, program siraman rohani bagi umat beragama, infotainment, kuis, sinetron, acara music, reality show dan Talk show.

PT. Televisi Transformasi Indonesia (TransTv) merupakan perusahaan milik Trans Corporation yang juga pemilik Trans7. Dibandingkan dengan televisi swasta lainnya TransTv berkembang lebih cepat. Baru 10 tahun stasiun ini resmi melakukan

siaran sudah mendapatkan tempat di hati masyarakat Indonesia. Selain kualitas gambar dan jaringan luas, TransTv juga menyuguhkan program acara yang lebih menarik dibandingkan stasiun televisi lain. Dan sepertinya sudah menjadi tren hampir setiap program acara yang disajikan oleh TransTv kemudian di ikuti oleh stasiun televisi lain. Misalnya program acara mistis yang sempat menjadi acara favorit masyarakat Dunia Lain membuat stasiun televisi lain juga menyajikan program acara sama namun dengan nama berbeda.

Tayangan talk show Islam itu indah adalah salah satu program acara kerohanian bagi umat muslim. Acara ini ditayangkan setiap hari selepas subuh dengan topic yang berbeda – beda mengenai berbagai hal dalam agama islam. Selain itu dalam acara ini selalu di hadiri oleh organisasi dari ibu PKK dari berbagai penjurur sebagai audiencenya. Di sela – sela acara juga di adakan sesi interaktif dimana pemirsa yang hadir di studio dapat berinteraksi secara langsung dengan nara sumber. Bukan itu saja pemirsa di rumah pun dapat menghubungi nomor telepon yang sudah di sediakan untuk dapat berkomunikasi langsung dengan nara sumber, yang dikenal dengan istilah “Jama’ah Oh Jama’ah,Alhamdulillah”.

Nara sumber pada acara talk show tersebut adalah Ustadz Maulana yang dikenal energik dan selalu bersemangat dalam berdakwah. Sosok ini mempunyai ciri khas yang mungkin sangat mudah tersimpan di benak orang yang baru mengenal atau pernah melihatnya. Suara lantang dan tegas menjadi salah satu ciri khas ustadz yang postur tubuhnya kecil ini. Gaya kocak serta cara berbicara atau Cara menyampaikan materi yang diselengi dengan joke – joke konyolnya seringkali mengundang tawa audince yang hadir di studio maupun di rumah. Sepertinya bukan

menjadi rahasia lagi jika sebagian besar para pendakwah saat ini menganggap dakwah bahwa metode penyampaian bak pelawak, dengan kata lain disertai dengan candaan lebih efektif dari pada harus selalu serius. Materi di sampaikan dengan santai sambil di selingi dengan candaan akan lebih mendapatkan perhatian audience. Dalam kondisi itulah materi dapat di terima dengan mudah oleh audience yang hadir di studio maupun mereka yang menyaksikan lewat layar kaca, yaitu televisi.

Dalam setiap episodenya talk show yang berlangsung selama 1 jam ini membahas topik yang berbeda terkait pandangan Islam dalam mengatur sebuah kehidupan. Supaya lebih menarik maka program acara ini menghadirkan bintang tamu dari kalangan selebritis. Bintang tamu tersebut berbagi kisah tentang pengalaman hidupnya sebagai seorang muslim dengan menceritakan berbagai hal yang terjadi pada dirinya. Nara sumber menjadi barometer untuk dapat menilai, dengan mengupas pengalaman bintang tamu dari sudut pandang Islam. Hal di harapkan dapat memberikan referensi kepada para audience dalam menjalani kehidupan secara islami.

Ustadz Lebay, demikian julukan yang disematkan pada Ustadz M. Nur Maulana. Gayanya memang lebay dengan intonasi dan gerakan khas, Ustadz M Nur Maulana (37) menyapa jemaahnya di acara Islam Itu Indah (Trans TV) dengan "Jamaah oh jamaah". Panggilan yang tengah populer dan identik dengan ustadz asal Makassar ini. Anak-anak hingga remaja gemar meniru ucapannya. Cara ceramah Nur Maulana dianggap lebay, kurang berwibawa dan maaf, kemayu, sempat jadi kritik. Tapi terbukti, justru gayanya itu yang membuatnya jadi populer. Di tengah menjamurnya ustadz di layar kaca, seorang ustadz dituntut punya ciri khas agar

menarik perhatian penonton. Gaya lebay adalah cara yang dipilih Ustadz Nur Maulana. Menurut polling dari tabloid bintang per bulan November 2011 untuk semua program acara di stasiun televisi baik sinetron, reality show dan program religi, saat ini program acara yang di bawakan ustadz maulana tersebut berada pada ranking 20 acara yang sering di tonton pemirsa. Dan berada pada rating tertinggi dari setiap program acara tausiyah Islam yang saat ini di tayangkan di televisi. Hal ini membuktikan bahwa program acara talk show tersebut mendapatkan respon positif dari pemirsa, yaitu masyarakat Indonesia.

Talk show Islam itu indah sebagian besar pemirsanya adalah kaum perempuan yang umumnya ibu rumah tangga. Hal ini mengacu pada survei pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait pemirsa program acara tersebut. Acara ini sangat dibutuhkan oleh setiap muslimah (perempuan Islam) untuk menambah pengetahuan mereka mengenai agama yang selama ini mereka anut. Terlebih bagi perempuan modern yang kegiatannya lebih banyak disibukkan untuk mengurus hal lain, sehingga hampir tidak mempunyai waktu untuk hadir dalam sebuah pengajian atau tausiah secara langsung.

Sebenarnya di stasiun televisi swasta lain juga terdapat program acara yang sama bahkan di tayangkan pada jam yang sama pula. Misalnya Mamah dan Aa' di Indosiar, Ummi yang di MNC TV dan program acara rohaniah di beberapa stasiun televisi lainnya. Pemilihan jam tayang program acara juga sangat mempengaruhi di sukai tidaknya sebuah program acara tersebut. Acara Islam itu indah ditayangkan selepas subuh dimana setiap orang khususnya yang beragama muslim terbangun dari istirahatnya untuk menunaikan ibadah sholat subuh dan akan memulai aktifitas

lainnya. Tanpa harus meninggalkan rumah untuk mengikuti pengajian mereka akan mendapatkan wawasan mengenai kehidupan islami dengan hanya menyalakan televisi di rumahnya masing – masing.

Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui motif ibu rumah tangga di surabaya dalam menonton acara talk show Islam itu indah yang ditayangkan oleh TransTv setiap pagi. Yakni motif yang mendasari Ibu rumah tangga memilih untuk menonton acara talk show tersebut dalam memenuhi kebutuhan rohaniyah mereka dari pada program acara yang juga menawarkan hal serupa di stasiun televisi lain. Tentunya motivasi tersebut muncul karena adanya kebutuhan yang harus di penuhi, kebutuhan yang bersifat rohani.

Menurut Thorn Burg, motif merupakan sesuatu yang menggerakkan tingkah laku, selain itu motif memberikan arah bagi tingkah laku, motif juga dapat menimbulkan intensitas dalam bertindak, serta merupakan kunci pemuas kebutuhan. Motif dapat timbul karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi. Individu merespon kebutuhan tersebut dengan bertingkah laku, bertindak untuk memenuhi kebutuhan tersebut melalui penggunaan media. (Effendy, 1989 : 34)

Sebagian diantaranya lebih bersifat 'budaya' dan deskriptif, yang lain lebih bersifat keperilakuan dan fungsionalis. Satu dari pernyataan yang banyak dikutip tentang yang disebut kemudian mengemukakan bahwa semua studi seperti itu, memusatkan perhatian pada (1) sumber kebutuhan (2) sosial dan psikologis, yang menimbulkan (3) harapan terhadap (4) media massa dan sumber lainnya, yang mengakibatkan (5) perbedaan pola pembedahan (exposure) media massa (atau keterlibatan dalam aktifitas lain) yang menghasilkan (6) pemenuhan kebutuhan dan

(7) konsekuensi lainnya. (Katz et al, 1974 : 20). Hal ini yang kemudian mendorong masyarakat atau individu untuk memilih acara talk show Islam itu indah yang ditayangkan di TransTV sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan rohaniyah mereka.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka masalah yang diajukan adalah : " Bagaimana motif Ibu rumah tangga di Surabaya dalam menonton acara talk show “Islam Itu Indah” di TransTV? ".

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motif ibu rumah tangga di Surabaya dalam menonton acara talk show “Islam Itu Indah” di TransTV.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi tentang penelitian terhadap motif khalayak dalam menggunakan sebuah program acara di media, khususnya televisi sesuai dengan kebutuhan mereka. Karna mereka merupakan khalayak aktif dalam menyeleksi setiap tayangan yang dapat memenuhi kebutuhannya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi media televisi yang berkaitan dengan motif pemirsa dalam menonton sebuah

program acara talk show rohaniah, khususnya acara talk show Islam itu indah yang di tayangkan di TransTV. Selalu kreatif dalam mengemas sebuah program acara yang dapat memenuhi kebutuhan khalayak secara umum.